

疫苗本上的广告成了微商“金字招牌”,封面二维码竟是广告公司公众号

好奇怪! 郑州疫苗本成了“广告本”

本报讯 (记者余嘉熙 北梦原)疾控部门发放的疫苗本上五花八门的商业广告,成为一些微商在朋友圈炫耀的资本——连日来,郑州地区“疫苗本广告风波”饱受舆论关注和质疑。

据河南当地媒体报道,在郑州疾控部门发放的疫苗本中,夹杂着奶粉、儿童药品等各类商业广告。一些疫苗本封皮上印有二维码,手机扫码后竟转向了某广告公司的公众号。还有微商在朋友圈炫耀称,因为是政府重点支持和发展的企业,其广告才会登上

疫苗本。

近日,河南省疾控中心对此作出回应:带广告疫苗本为2016年前印制的旧版本,新版疫苗本启用后,不再刊印任何广告,并要求各地使用新版疫苗本。

《儿童预防接种证》(俗称疫苗本)是儿童预防接种史的记录凭证,新生儿出生后,第一次接种疫苗都要领取该证。根据规定,所有儿童入托、入学时,都要查验预防接种证,其重要性不言而喻。这也使得疫苗本上印制商业广告引发不

满和质疑。

《工人日报》记者调查发现,疫苗本上印广告的现象在河南各地存在已久。早在2014年,便有网友对疫苗本上的插图广告提出了质疑。当时,原河南省卫生和计划生育委员会表示,将申请专项预算经费用于印制接种证,杜绝广告内容,维护行政部门发放证件的严肃性。

据河南省疾控中心免疫规划所相关负责人介绍,2016年后,新印制的疫苗本不再刊印过任何广告,但部分“老版”疫苗本仍在

使用。

对于疾控中心的解释,多数网民感觉“可以接受”。但也有观点认为,这种遗留问题历时数年仍整改不到位,相关责任部门应该在该公众面前“红红脸”,认真检讨。

北京盈科律所律师肖菊向记者表示,由相关政府部门印制的疫苗本,却印上了商业广告,不仅有违广告法的相关规定,也会扰乱市场竞争秩序,有损政府部门的公信力。

据了解,针对未成年人的广告,我国有

严格的禁止性法律规定。根据《公司法》第40条,在针对未成年人的大众传播媒介上,不得发布医疗、药品、保健食品等类广告;针对不满14周岁未成年人的商品或服务的广告,不得含有劝诱其要求家长购买的内容。

“在儿童预防接种专用的记录凭证上刊登商业广告,无疑违反了广告法的规定。此外,如果广告中的产品或者服务存在质量问题,政府部门还有可能会被追究相应的法律责任。”肖菊说。

前5月我国吸收 外资保持平稳增长

本报北京6月13日电 (记者北梦原)记者今天从商务部获悉,1~5月,我国实际使用外资持续保持平稳增长,全国新设立外商投资企业16460家,实际使用外资3690.6亿元,同比增长6.8%。其中,高技术产业实际使用外资大幅增长47.2%。

前5个月,制造业实际使用外资1128.9亿元,同比增长12.4%;服务业实际使用外资2501.1亿元,同比增长4.2%。其中,高技术制造业和高技术服务业投资均呈较大增幅。

数据显示,1~5月,高技术制造业实际使用外资417亿元,同比增长23.2%。其中,电子及通信设备制造业,化学药品制造,医疗诊断、监护及治疗设备制造实际使用外资同比增长43.9%、7.5%和287.8%。高技术服务业实际使用外资633.1亿元,同比增长68.9%,其中信息服务、研发与设计服务、科技成果转化服务同比分别增长56.5%、44.6%和83.5%。

中消协相关比较试验结果显示

水槽式洗碗机 干燥性能不理想

本报北京6月13日电 (记者杨召奎)中国消费者协会今天发布的24款洗碗机样品比较试验结果显示,嵌入、立式洗碗机的洗净效果优于其他类型的洗碗机,水槽式洗碗机干燥性能不理想。

洗净性能是考核洗碗机去除污渍的能力,是洗碗机最重要的指标。比较试验结果显示,本次试验的24款洗碗机中,嵌入式、立式洗碗机的洗净效果总体表现良好。

在干燥性方面,水槽式洗碗机干燥性能欠佳,洗碗机运行结束后存在大片的污渍和水印。这容易产生异味,还会滋生细菌和霉菌。

在成本方面,根据测试结果,相对于手洗,洗碗机更节水,而对于需热水才能完成清洗的顽固污渍或难清洗的污垢,使用洗碗机,则更节电。

值得注意的是,洗碗机产品的售后服务有待加强。例如,某品牌在测试中因漏水报警联系售后,从联系售后报修到问题解决,耗时35天,售后解决时间较长。中消协建议厂家在设计研发产品的同时,强化服务意识,加强售后服务管理。



国资委要求央企持续完善责任追究制度体系

据新华社北京6月13日电 (记者王希)记者13日获悉,国务院国资委近日印发《关于做好中央企业违规经营投资责任追究工作体系建设有关事项的通知》,要求各中央企业加快构建内容协调、流程清晰、配套完备、有效管用的责任追究制度体系,不断提高工作规范化、制度化、科学化水平。

通知要求中央企业推进制度深度覆盖和有效约束,要根据所属企业规模体量差异、业务模式特点等,因企施策细化责任追究范围、划分资产损失标准等,防止尺度范围宽松,责

任约束不足;同时要完善配套制度,研究制定损失认定、责任认定、离职退休人员违规责任追究处理等实施细则,规范工作流程和标准,实现责任追究工作标准一致、有章可循、规范有序。

通知要求各央企夯实制度基础,进一步完善重大决策评估、决策事项履职记录等规定;细化各类经营投资责任条款和清单,明确岗位职责和履职程序;在有关外聘董事、职业经理人聘任合同中,要明确违规经营投资责任追究的原则要求。

全国近万家化工和危化品企业向公众开放

近百万人次走进园区厂区了解安全生产工作

本报北京6月13日电 (记者王冬梅)在国务院新闻办公室今天举行的新闻发布会上,应急管理部危险化学品安全监督管理局司长孙广宇回答本报记者提问说:“6月份以来,全国已有近万家化工和危化品企业组织了公众开放日活动,有近百万人次走进生产厂区和化工园区,听取企业安全生产工作介绍,参观生产过程、工艺流程、装置设备、预案演练和厂区环境等。”

据介绍,每年6月是“安全生产月”,今年

的“安全生产月”以危化品为重点,以“防风险、除隐患、遏事故”为主题。

与往年相比,组织安全生产公众开放日,邀请人大代表、政协委员、新闻媒体、职工家属等走进危化品生产厂区和化工园区,成为今年“安全生产月”的一种新活动形式。

孙广宇表示,化工和危化品企业开展对公众开放的活动,可以用多种形式近距离宣传普及危化品安全常识,增强全社会安全意

识、提升对危化品的科学认知水平。同时,通过开放日活动可以增强现场感性认识,能够通过与工厂零距离接触,让社会公众更加准确认知、理解危化品的生产过程,理解危化品安全风险通过努力可防可控,有助于疏解消除社会公众“淡化色变”心理。此外,举行开放日活动,也是企业自我加压、主动落实安全生产主体责任,持续改进安全管理,增加企业美誉度的有效手段。

“开放日活动坚持下去,会实现企业与社会公众的良性互动,企业会越来越自律、越来越安全,公众会越来越理解、越来越信任支持安全业绩好的化工企业。”孙广宇说。

据了解,这项工作目前没有对所有企业做强硬性要求,但有关部门正倡导、鼓励那些安全业绩良好的化工企业积极参与,主动履行社会责任。

展调查,发现一个利用恶意软件绕过正常验证机制非法抢占号源的犯罪团伙。经缜密侦查,2019年1月10日,办案民警在北京、河南、山西、云南等地将高某等4名主要犯罪嫌疑人抓获。目前,该4人因涉嫌破坏计算机信息系统已被依法批准逮捕。

4月15日,办案民警在广东揭阳将非法制作、传播该恶意软件的某软件公司负责人李某某等4名犯罪嫌疑人抓获,并以破坏计算机信息系统罪依法予以刑事拘留。

“在这起案件侦办之后,北京公安机关网安部门持续跟‘京医通’挂号平台保持沟通,一直对网络挂号环境进行监测,发现‘京医通’挂号平台服务器短时间内被高频次访问的情况已经大量减少。”北京市公安局网安总队案件侦查支队副支队长郑浩说。

猖獗,违法犯罪人员利用患者求医心切的心理,非法制作恶意软件抢占各大医院专家号源,再高价倒卖牟取非法利益,严重扰乱社会公共秩序,侵害广大患者合法权益。

2018年12月,北京公安机关网安部门接群众报案,“京医通”挂号平台上,部分知名医院号源一经放出即被“秒抢”,后台访问量激增,患者无法通过此渠道正常挂号。

北京公安机关网安部门立即对此情况开

刺柠吉亮相2019北京世园会

王老吉引领消费扶贫 赋能帮扶创新

2019年是全面建成小康社会、打赢脱贫攻坚战的冲刺之年。广药集团响应广东省和广州市帮扶贵州发展的号召,结合自身产业优势及品牌影响力,发挥龙头带动作用,以“造血式”的帮扶模式,助力贵州打造百亿时尚刺梨产业,推动贵州经济发展。

6月5日在北京世园会贵州馆开展的“地球绿宝石·浪漫黔东南”主题日活动中,广药集团帮扶贵州刺梨产业打造的刺柠吉系列产品宣告全面上市,并作为黔东南州特色生态产品被重点推介。国家林草局资金管理站站长张艳红,中共黔东南州书记唐德智,贵州省林业局副局长廖杰,广州王老吉大健康产业有限公司董事长徐文流、副总经理叶继曾,广州王老吉药业股份有限公司副总裁贺庆等200位领导、嘉宾共同出席了本次活动。



刺柠吉系列产品



刺柠吉系列产品北京上市发布会

引领消费升级新趋势,刺柠吉系列产品全面上市

据了解,本次世界园艺博览会,是由中国政府主办、北京市承办的最高级别的世界园艺博览会。刺柠吉系列产品上市发布会于同日在本次博览会的贵园展区举行,中共黔东南州、王老吉大健康与王老吉药业等6位领导共同为刺柠吉上市开罐,宣告产品全面上市。

全国知名营养学专家陆雅坤认为,王老吉刺柠吉系列产品原料——“刺梨”,是贵州独有的经济鲜果,因富含多种人体必需维生素,被称为“维C之王”,具备食用、药用双价值,为贵州人民所喜爱。“刺梨上市,太医无事”就是当地广为流传的一句谚语。她分析道,刺柠吉复合果汁混合刺梨、柠檬两种水果,每100毫升刺柠吉果汁中维生素C含量约25毫克,远超普通水果。加入刺梨的王老吉刺柠吉润喉糖

和刺梨龟苓膏,口感、润喉效果与营养价值也均得到进一步提升,能最大限度满足广大消费者,尤其是都市白领人群的健康需求。

当下正值全球消费升级阶段,消费者健康意识、对生活品质的要求越来越高,健康、绿色、天然的食品受青睐。而刺柠吉系列产品,原料刺梨产自贵州山野,具备营养、健康等优势,将会获得市场和消费者认可;同时,作为未被完全开发的新品类,刺柠吉或将成为王老吉及中国饮料行业的下一个“爆款”单品,让贵州山野果搭乘时尚快车,成为消费新潮流。

品牌赋能贵州刺梨产业 广药王老吉创新全产业链帮扶模式

据了解,贵州作为国家重点帮扶对象,其经济作物刺梨,在食、药用上独具优势,但产业存在小、弱、散的发展局限,刺梨由于口

感酸涩、维C代谢快、产品质量不稳定等问题在开发符合大众化需求的市场化产品上困难重重。

王老吉大健康公司董事长徐文流介绍,广药集团接到对口帮扶贵州刺梨产业的指示后,就迅速组织了一个工作小组,奔赴贵州进行实地调研,快速形成了《广药集团关于贵州刺梨时尚生态产业“136”发展方案》,更在短短98天内,攻克诸多难关,高效开发出了刺柠吉系列产品,并在黔东南州惠水县设立罐装生产基地正式投产。广药集团通过这种“输血+造血”式的产业帮扶模式,以品牌赋能贵州刺梨产业发展,助力贵州打造刺梨的时尚生态产业。

据悉,广药王老吉不断发挥品牌效应激活贫困地区经济发展,先后建立了王老吉雅安、梅州、兰州三大产业基地,持续投入近15亿元加码“造血式”帮扶。通过采取公司、基地、农户相结合的模式,有效带动当地运输、包装材

料、药材种植、生物燃料、服务业等全产业链的持续发展。

在本次博览会上,中国商业联合会副会长、中华全国商业信息中心主任王耀表示,现在的消费动力,并不是满足消费者已有的需求,而是新增的需求,是消费者对健康与美好生活的追求。因此他认为,刺梨的营养价值加上王老吉的品牌品质信用,二者结合能够为市场注入新的动力。刺柠吉作为中华老字号企业与贵州政府的合作成果,能够引领消费扶贫,为中国精准扶贫做出一个样板,成为今后政府和企业合作的示范样本。

引领消费扶贫,赋能帮扶创新。未来广药王老吉将贯彻落实党和政府所强调的“确保扶贫工作务实,脱贫过程扎实,脱贫结果真实”,形成长效机制,确保脱贫稳定、可持续,实现脱真贫,真脱贫,持续为国家扶贫工程提供强大助力,冲刺脱贫攻坚战的决胜阶段!

广告



营养学专家陆雅坤进行主题演讲



广州王老吉大健康产业有限公司董事长徐文流致辞



中国商业联合会副会长、中华全国商业信息中心主任王耀进行主题演讲